

**Księga identyfikacji
wizualnej miasta
stołecznego
Warszawy**

**Znak
promocyjny**



Spis treści

I. ELEMENTY IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

1. Znak promocyjny m.st. Warszawy	4
2. Symbol herbowy	16
3. Wielkości minimalne	21
4. Pola ochronne	23
5. Kolorystyka m.st. Warszawy	25
6. Typografia m.st. Warszawy	31

II. ZASADY STOSOWANIA ZNAKU PROMOCYJNEGO M.ST. WARSZAWY

1. Zasady stosowania znaku promocyjnego przez biura Urzędu m.st. Warszawy	34
2. Zasady stosowania znaku promocyjnego przez urzędy dzielnic m.st. Warszawy	39
3. Zasady stosowania znaku promocyjnego przez jednostki organizacyjne i osoby prawne m.st. Warszawy	44
4. Oznaczanie m.st. Warszawy we wspólnych projektach miejskich	52
5. Oznaczanie m.st. Warszawy w projektach zewnętrznych, patronaty honorowe	54
6. Oznaczanie m.st. Warszawy w projektach współfinansowanych przez Unię Europejską	62
7. Oznaczanie m.st. Warszawy na materiałach promocyjnych	64



Elementy identyfikacji wizualnej

1.

Znak promocyjny m.st. Warszawy

WERSJA PODSTAWOWA

WERSJA PIONOWA

WERSJA OZDOBNA

WERSJA Z OPISEM

KONSTRUKCJA

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA PODSTAWOWA



Warszawa

Znakiem promocyjnym jest uproszczony herb m.st. Warszawy (symbol herbowy – więcej str. 16) z napisem „Warszawa”. Znak służy do celów promocyjnych i informacyjnych m.st. Warszawy. Nie zastępuje herbu stolicy.

Znak można stosować na tłach z palety kolorów m.st. Warszawy (patrz str. 25) oraz na innych kolorach tła, pod warunkiem, że zachowa się odpowiedni kontrast – zgodnie z zasadami dostępności.

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA PODSTAWOWA

Warianty kolorystyczne



Wersję podstawową znaku promocyjnego można stosować w kilku wariantach kolorystycznych: kolorowym i kolorowym w kontrze (na czarnym tle), czerwonym, czarnym oraz białym.

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA PODSTAWOWA ANGIELSKA
Warianty kolorystyczne



Wersję podstawową angielską znaku promocyjnego można stosować w kilku wariantach kolorystycznych: kolorowym i kolorowym w kontrze (na czarnym tle), czerwonym, czarnym oraz białym.

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA PIONOWA



Wersję pionową znaku promocyjnego można stosować w sytuacji, kiedy układ kompozycji jest centralny.

Znak można stosować na tłach z palety kolorów m.st. Warszawy (patrz str. 25) oraz na innych kolorach tła, pod warunkiem, że zachowa się odpowiedni kontrast – zgodnie z zasadami dostępności.

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA PIONOWA

Warianty kolorystyczne



Warszawa



Warszawa



Warszawa



Warszawa



Warszawa

Wersję pionową znaku promocyjnego można stosować w kilku wariantach kolorystycznych: kolorowym i kolorowym w kontrze (na czarnym tle), czerwonym, czarnym oraz białym.

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA PIONOWA ANGIELSKA

Warianty kolorystyczne

Wersję pionową angielską znaku promocyjnego można stosować w kilku wariantach kolorystycznych: kolorowym i kolorowym w kontrze (na czarnym tle), czerwonym, czarnym oraz białym.



ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA OZDOBNA



Wersja ozdobna jest wersją uzupełniającą znaku promocyjnego. Można ją stosować w wyjątkowych sytuacjach – na ozdobnych zaproszeniach, eleganckich materiałach promocyjnych – wyłącznie w druku, złotym kolorem specjalnym lub tłoczeniem na gorąco złotą folią. Wersja ozdobna występuje w dwóch wariantach – do stosowania na jasnym oraz ciemnym tle.



ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA OZDOBNA PIONOWA



Wersja ozdobna pionowa jest wersją uzupełniającą znaku promocyjnego do stosowania w sytuacjach, kiedy układ kompozycji jest centralny. Można ją stosować w wyjątkowych sytuacjach – na ozdobnych zaproszeniach, eleganckich materiałach promocyjnych – wyłącznie w druku, złotym kolorem specjalnym lub tłoczeniem na gorąco złotą folią. Wersja ozdobna występuje w dwóch wariantach – do stosowania na jasnym oraz ciemnym tle.





**nazwa lub opis
dwie, trzy
lub cztery linijki**

Znak promocyjny w wersji z opisem ma zastosowanie w różnych sytuacjach: jako wersja z nazwą dzielnicy, wersja z nazwą lub rodzajem działalności jednostki organizacyjnej/ osoby prawnej m.st. Warszawy lub wersja z opisem roli miasta w projekcie. Więcej str. 39–51 oraz 55–61.

Znak można stosować w kilku wariantach kolorystycznych: kolorowym i kolorowym w kontrze (na czarnym tle), czerwonym, czarnym oraz białym, a w wyjątkowych sytuacjach – w wersji ozdobnej (patrz str. 11).

Znak można stosować na tłach z palety kolorów m.st. Warszawy (patrz str. 25) oraz na innych kolorach tła, pod warunkiem, że zachowa się odpowiedni kontrast – zgodnie z zasadami dostępności.

KONSTRUKCJA WERSJI PODSTAWOWEJ I PIONOWEJ ZNAKU PROMOCYJNEGO



Krój pisma zastosowany w znaku promocyjnym to Engram Warsaw Medium. Więcej o typografii m.st. Warszawy na str. 31.



KONSTRUKCJA WERSJI ZNAKU PROMOCYJNEGO Z OPISEM

Krój pisma zastosowany w znaku promocyjnym to Engram Warsaw Medium. Więcej o typografii m.st. Warszawy na str. 31.



2.

Symbol herbowy

INFORMACJE PODSTAWOWE
WARIANTY KOLORYSTYCZNE
WERSJA OZDOBNA
KONSTRUKCJA

SYMBOL HERBOWY

Informacje podstawowe



Symbol herbowy nawiązuje do historycznych odwzorowań herbu m.st. Warszawy. Jest jego graficznym uproszczeniem. Profil twarzy syreny opiera się na rysach słynnej warszawianki Marii Skłodowskiej-Curie.

Ze względu na zastosowanie światłocienia w rysunku, syrena nie występuje w inwersji – musi być zawsze jasnym kształtem na tle ciemniejszej tarczy. Symbol herbowy występuje na tłach z palety kolorów m.st. Warszawy (patrz str. 25) oraz na innych kolorach tła, pod warunkiem, że zachowa się odpowiedni kontrast – zgodnie z zasadami dostępności.

Symbol herbowy jest elementem graficznym znaku promocyjnego m.st. Warszawy. Jako samodzielny znak można go stosować w wyjątkowych przypadkach, np. na materiałach promocyjnych (patrz str. 64). Każde użycie symbolu wymaga akceptacji biura Urzędu m.st. Warszawy właściwego ds. marketingu miasta.

SYMBOL HERBOWY

Warianty kolorystyczne



Symbol herbowy można stosować w kilku wariantach kolorystycznych: kolorowym i kolorowym w kontrze (na czarnym tle), czerwonym, czarnym oraz białym.

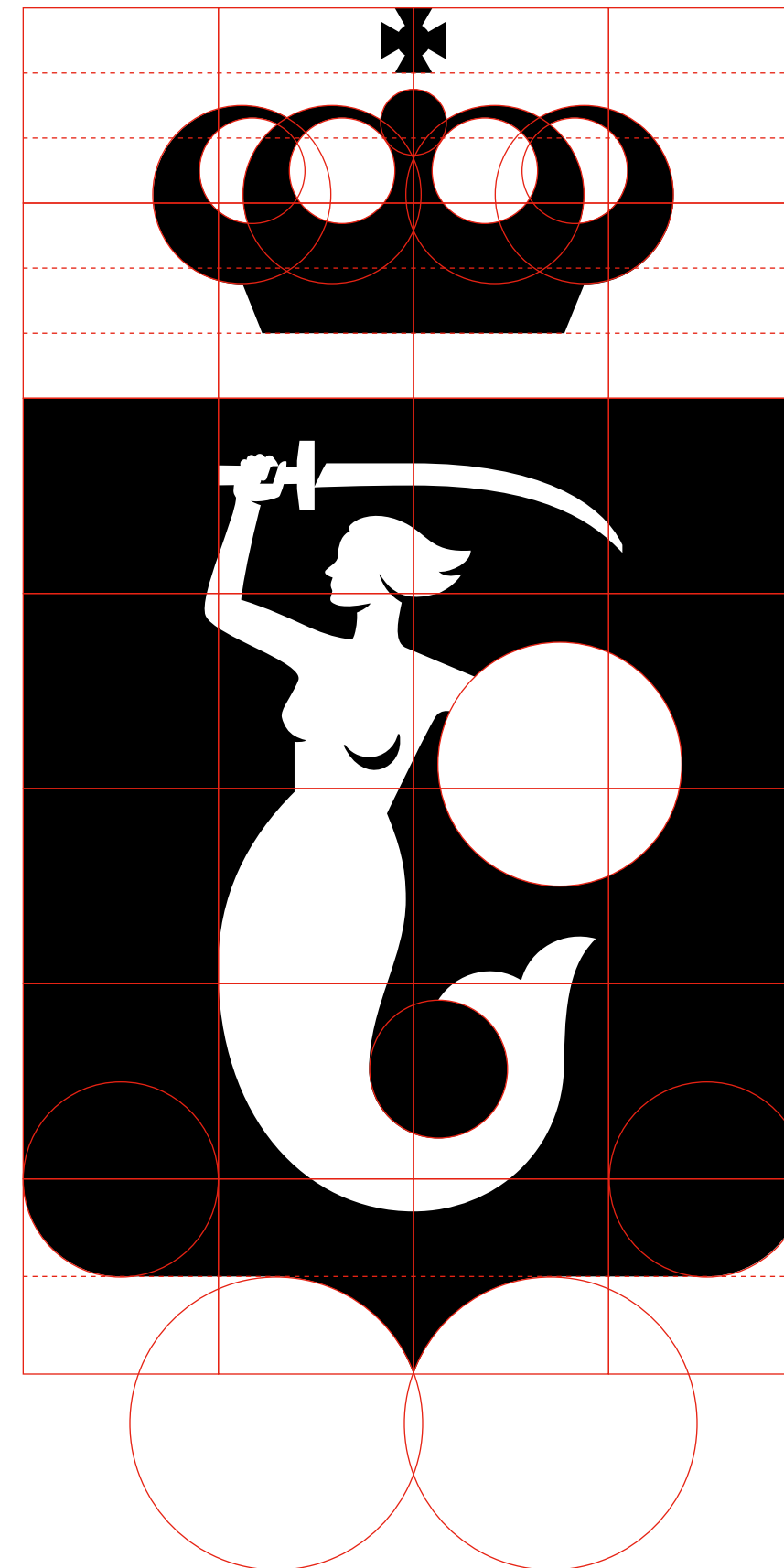
SYMBOL HERBOWY – WERSJA OZDOBNA



Wersja ozdobna jest wersją uzupełniającą symbolu herbowego. Można ją stosować w wyjątkowych sytuacjach – na ozdobnych zaproszeniach, eleganckich materiałach promocyjnych – wyłącznie w druku, złotym kolorem specjalnym lub tłoczeniem na gorąco złotą folią. Wersja ozdobna występuje w dwóch wariantach – do stosowania na jasnym oraz ciemnym tle.



SYMBOL HERBOWY – KONSTRUKCJA



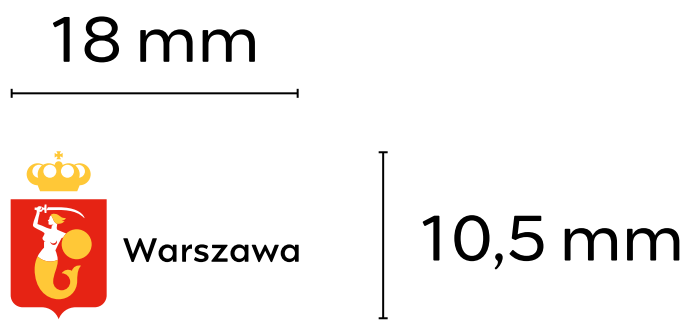
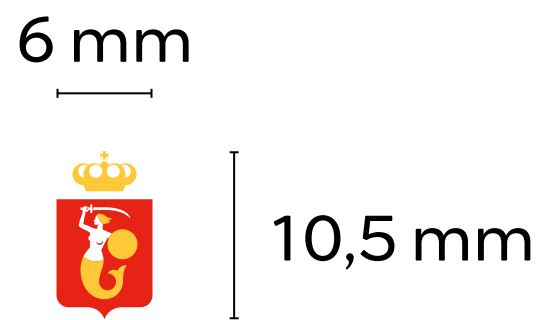
Konstrukcja symbolu herbowego oparta jest na geometrii okręgu. Proporcje oraz wewnętrzne podziały wytyczone są na siatce, co umożliwia wpisywanie grafiki w siatkę pikselową nawet przy małych rozmiarach.

3.

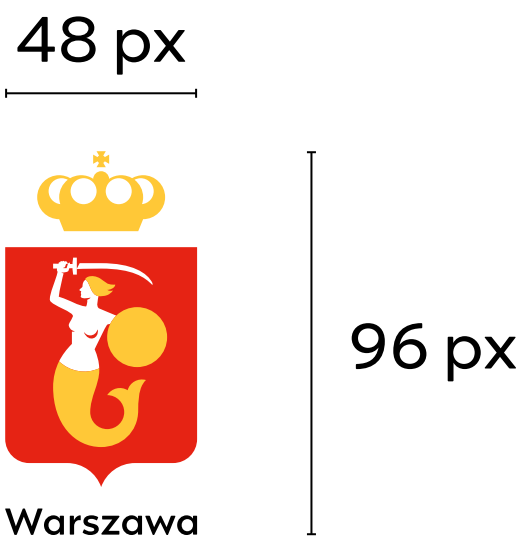
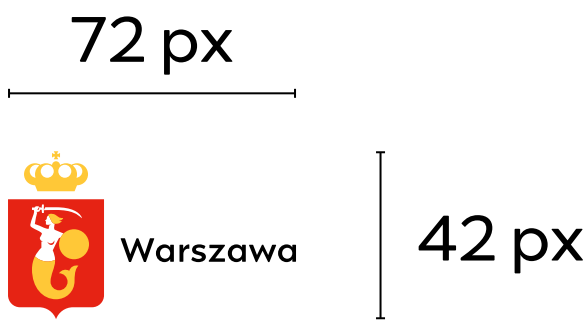
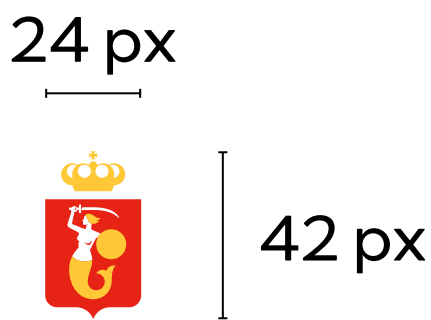
Wielkości minimalne

WIELKOŚCI MINIMALNE ZNAKÓW I SYMBOLU HERBOWEGO

W druku



Na ekranie



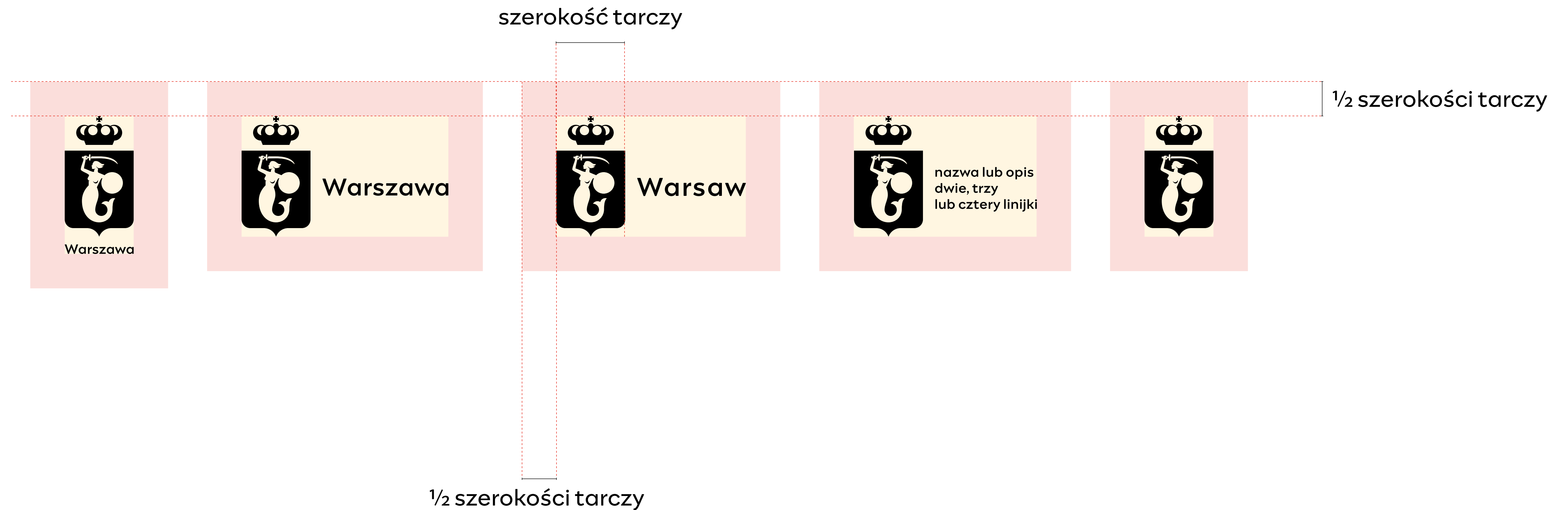
4.

Pola ochronne

POLA OCHRONNE ZNAKÓW I SYMBOLU HERBOWEGO

Zasada wytyczania

Pola ochronne znaku promocyjnego i symbolu herbowego są wytyczone przez dodanie połowy szerokości tarczy herbowej wokół obszaru danego znaku lub symbolu.



5.

Kolorystyka m.st. Warszawy

PALETA PEŁNA

PALETA PODSTAWOWA

PALETA SZAROŚCI

PALETA UZUPEŁNIAJĄCA

KOLOR OZDOBNY

KOLORYSTYKA M.ST. WARSZAWY Paleta pełna



Na kolorystykę m.st. Warszawy składa się paleta 24 barw, uzupełniona o 4 odcienie szarości oraz złoty kolor specjalny. Dobór kolorów zapewnia ich szerokie zastosowanie do projektów o różnej tematyce i stylistyce.

Paleta kolorów przeznaczona jest do projektowania materiałów promocyjnych i informacyjnych. Jej konsekwentne stosowanie zapewni rozpoznawalność i spójność miejskich projektów.

Należy pamiętać, że wybór odpowiedniej wersji kolorystycznej znaku zależy od koloru tła, na którym będzie on umieszczony (obok znajdują się wszystkie dopuszczalne kombinacje).

Ważne jest, aby zachować estetykę wizualną przy stosowaniu różnych kolorów z palety i unikać stosowania wielu kolorów w jednym projekcie graficznym.

Kolory RGB przeznaczone są do celów cyfrowych, CMYK lub Pantone – do druku (patrz str. 27–30).

KOLORYSTYKA M.ST. WARSZAWY

Paleta podstawowa

RGB 255 / 255 / 255

CMYK 0 / 0 / 0 / 0

PANTONE White C / U

Podstawowa paleta opiera się na oficjalnych barwach m.st. Warszawy: kolorze czerwonym i żółtym. W skład palety wchodzi także kolor biały i czarny.

RGB 0 / 0 / 0

CMYK 0 / 0 / 0 / 100 (apple: 30 / 30 / 30 / 100)

PANTONE Black C / U

RGB 230 / 35 / 20

CMYK 0 / 95 / 100 / 0

PANTONE 485 C / U

RGB 255 / 200 / 55

CMYK 0 / 25 / 90 / 0

PANTONE 123 C / U

KOLORYSTYKA M.ST. WARSZAWY

Paleta szarości

80% czerni z palety

60% czerni z palety

40% czerni z palety

20% czerni z palety

KOLORYSTYKA M.ST. WARSZAWY Paleta uzupełniająca				
RGB100 / 0 / 100 CMYK65 / 100 / 20 / 0 PANTONE259 C / U	RGB135 / 35 / 120 CMYK40 / 85 / 10 / 0 PANTONE7656 C / U	RGB210 / 40 / 130 CMYK15 / 85 / 10 / 0 PANTONE2450 C / U	RGB225 / 140 / 170 CMYK10 / 50 / 10 / 0 PANTONE672 C / U	RGB230 / 190 / 200 CMYK10 / 30 / 10 / 0 PANTONE502 C / U
RGB60 / 20 / 100 CMYK90 / 100 / 30 / 0 PANTONE3535 C / U	RGB130 / 35 / 30 CMYK35 / 85 / 85 / 20 PANTONE181 C / U	RGB250 / 85 / 45 CMYK0 / 75 / 90 / 0 PANTONE2026 C / U	RGB255 / 140 / 40 CMYK0 / 50 / 90 / 0 PANTONE3588 C / U	RGB255 / 235 / 110 CMYK0 / 10 / 70 / 0 PANTONE127 C / U
RGB0 / 60 / 50 CMYK100 / 65 / 85 / 0 PANTONE7729 C / U	RGB0 / 100 / 65 CMYK100 / 30 / 85 / 0 PANTONE7725 C / U	RGB0 / 150 / 75 CMYK85 / 0 / 85 / 0 PANTONE2257 C / U	RGB140 / 200 / 120 CMYK50 / 0 / 65 / 0 PANTONE359 C / U	RGB200 / 225 / 130 CMYK30 / 0 / 60 / 0 PANTONE2289 C / U
RGB0 / 10 / 90 CMYK100 / 85 / 0 / 30 PANTONE2747 C / U	RGB20 / 50 / 130 CMYK100 / 75 / 10 / 0 PANTONE2145 C / U	RGB0 / 110 / 220 CMYK85 / 30 / 0 / 0 PANTONE2925 C / U	RGB130 / 175 / 250 CMYK40 / 10 / 0 / 10 PANTONE644 C / U	RGB170 / 210 / 255 CMYK30 / 10 / 0 / 0 PANTONE2708 C / U

KOLORYSTYKA M.ST. WARSZAWY

Kolor ozdobny – złoty

Kolor złoty stosowany jest jedynie w drukach ozdobnych – jako złoty PANTONE lub złota folia tłoczona na gorąco.

Symulacja złotego koloru nie może być stosowana na ekranie (RGB) lub w druku CMYK.

RGB —
CMYK —
PANTONE 871 C / U

6.

**Typografia
m.st. Warszawy**

TYPOGRAFIA M.ST. WARSZAWY
Engram Warsaw

Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Light Italic
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

Regular Italic
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

Medium Italic
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

Bold Italic
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

Black Italic
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

Krojem m.st. Warszawy jest Engram Warsaw. Jest on wykorzystywany nie tylko w znaku promocyjnym, ale również w projektowaniu materiałów informacyjnych i promocyjnych m.st. Warszawy.

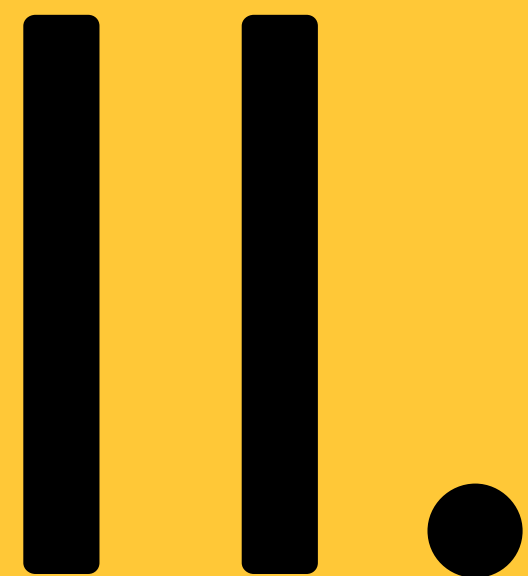
Rodzina Engram Warsaw ma szeroki zestaw odmian i pozwala na konstruowanie wyrazistych i czytelnych komunikatów, które spełniają wymogi dostępności.

Dla nagłówków sprawdzą się odmiany bold, natomiast dla tekstów ciągłych zalecamy odmiany regular. Wersje italic można używać wyłącznie do wtrąceń obcojęzycznych, podpisów czy krótkich cytatów.

Spośród krojów dostępnych cyfrowo najbardziej odpowiednim zamiennikiem systemowym jest Arial CE.

Ze względu na ograniczoną czytelność w małych rozmiarach, odmiana Black zarezerwowana jest do krótkich, dużych haseł.

Przy tworzeniu tekstów należy korzystać z takich zestawień kolorów z palety (patrz str. 25), które będą umożliwiały zachowanie minimalnych wymagań kontrastu tekstu względem tła tj. 4,5:1, zgodnie z wymogami dostępności.



Zasady stosowania znaku promocyjnego m.st. Warszawy

1.

Zasady stosowania znaku promocyjnego przez biura Urzędu m.st. Warszawy

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJE DLA BIUR

Podstawowa, pionowa, warianty kolorystyczne oraz wersja ozdobna



W działaniach informacyjnych i promocyjnych można stosować wszystkie warianty kolorystyczne znaku podstawowego i pionowego oraz wersję ozdobną, zgodnie z zasadami opisanymi w części dotyczącej znaku.





**Elektrośmieci oddaj
do PSZOK, MSZOK
lub innych punktów
odbioru**

Nie wolno zostawiać ich
przy altanach śmietnikowych!



Miasto w czerni i bieli

Wystawa
zdjęć

4-5 czerwca
Plaża Rusałka
(na wysokości ZOO)



Znak promocyjny m.st. Warszawy w wersji dla biur powinien być zawsze umieszczony w lewym dolnym rogu plakatu.

Plakaty należy tworzyć w oparciu o kolorystykę oraz typografię m.st. Warszawy (patrz str. 25 i 31).

Rekomendujemy nowoczesną i prostą formę plakatu. Układ treści oraz elementów graficznych może opierać się na zaprezentowanych przykładach.

Plakat może zawierać grafikę, zdjęcie lub ilustrację dobraną do potrzeb projektu. Można ją wpisać w tarczę herbową, która jest zalecanym elementem plakatu, nadającym unikalny charakter projektom miejskim.



Warszawa chce oddychać!

Stare diesle emitują 10 × więcej tlenków azotu niż silniki benzynowe.

Musimy to zmienić!

 Warszawa

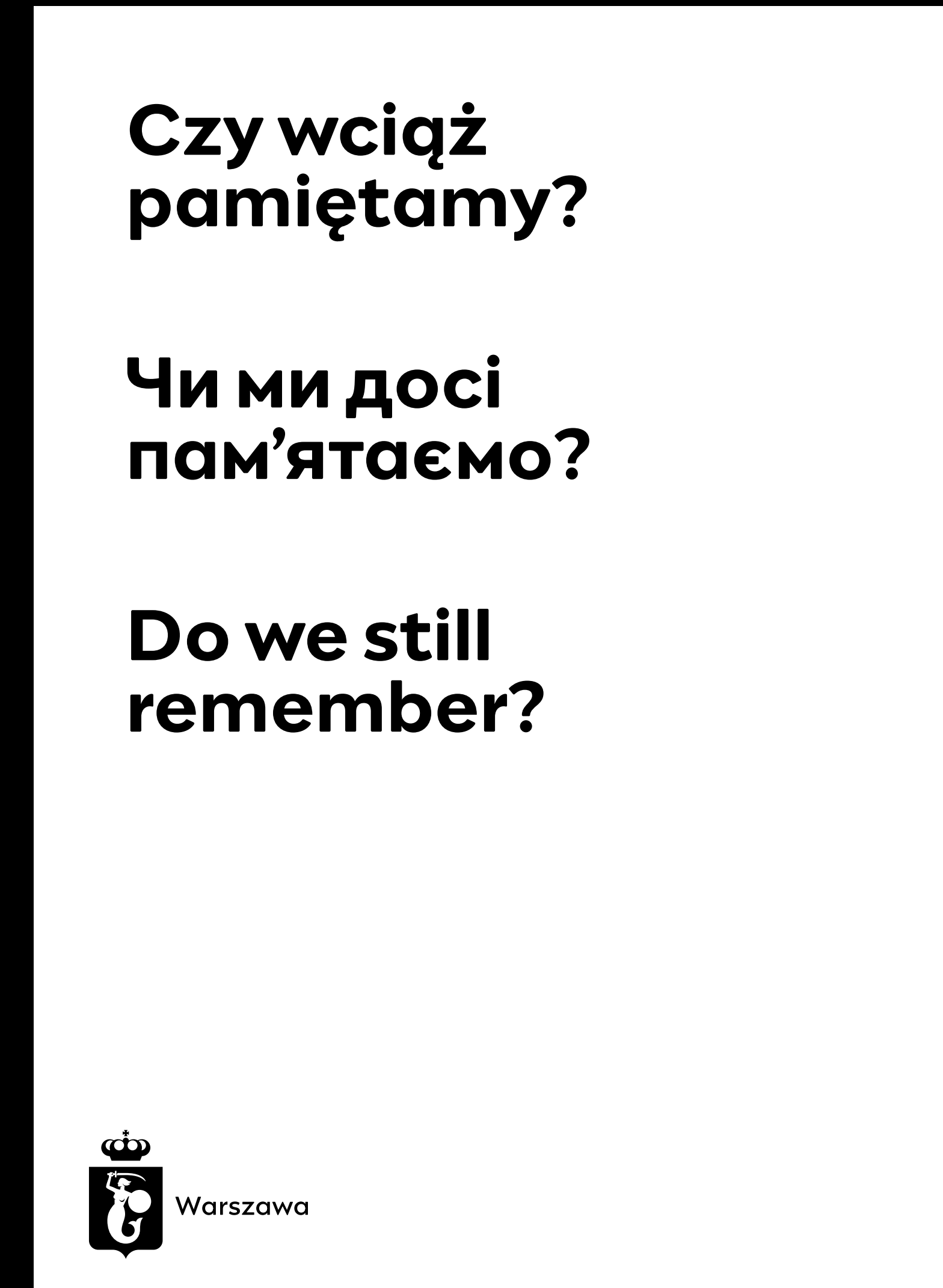


Warszawskim transportem publicznym jest zdrowiej

Samochód emituje średnio

140 CO₂ na km

 Warszawa



Czy wciąż pamiętamy?

Чи ми досі пам'ятаємо?

Do we still remember?

 Warszawa

MATERIAŁY INFORMACYJNE I PROMOCYJNE DŁUGOFALOWYCH PROJEKTÓW BIUR

Plakat – przykłady i zasady oznaczania znakiem promocyjnym

Plakaty tworzone na potrzeby długofalowych projektów m.st. Warszawy należy tworzyć zgodnie z zasadami opisanymi na str. 36.

Nazwy projektów należy zawsze umieszczać w lewym górnym rogu plakatu. Nie tworzymy osobnych znaków promocyjnych dla projektów miejskich.

W przypadku projektów długofalowych ważna jest konsekwencja oraz spójność wizualna wszystkich materiałów informacyjnych i promocyjnych, które ich dotyczą.



2.

Zasady stosowania znaku promocyjnego przez urzędy dzielnic m.st. Warszawy

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA DLA URZĘDÓW DZIELNIC



Warszawa
Bemowo



Warszawa
Białołęka



Warszawa
Bielany



Warszawa
Mokotów



Warszawa
Ochota



Warszawa
Praga-Południe



Warszawa
Praga-Północ



Warszawa
Rembertów



Warszawa
Śródmieście

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA DLA URZĘDÓW DZIELNIC



Warszawa
Targówek



Warszawa
Ursus



Warszawa
Ursynów



Warszawa
Wawer



Warszawa
Wesoła



Warszawa
Wilanów



Warszawa
Włochy



Warszawa
Wola



Warszawa
Żoliborz

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY
– WERSJA DLA URZĘDÓW DZIELNIC
Warianty kolorystyczne



W działaniach informacyjnych i promocyjnych można stosować wszystkie warianty kolorystyczne znaku w wersji dla urzędów dzielnic, zgodnie z zasadami opisanymi w części dotyczącej znaku.



MATERIAŁY INFORMACYJNE I PROMOCYJNE URZĘDÓW DZIELNIC

Plakat – przykłady i zasady oznaczania znakiem promocyjnym



Znak promocyjny m.st. Warszawy w wersji dla urzędów dzielnic powinien być zawsze umieszczony w lewym dolnym rogu plakatu. W lewym górnym rogu plakatu należy dodatkowo wpisać nazwę dzielnicy.

Plakaty należy tworzyć w oparciu o kolorystykę oraz typografię m.st. Warszawy (patrz str. 25 i str. 31).

Rekomendujemy nowoczesną i prostą formę plakatu. Układ treści oraz elementów graficznych może opierać się na zaprezentowanych przykładach.

Plakat może zawierać grafikę, zdjęcie lub ilustrację dobraną do potrzeb projektu. Można ją wpisać w tarczę herbową, która jest zalecanym elementem plakatu, nadającym unikalny charakter projektom miejskim.

Informację o nazwie projektu należy zawrzeć na plakacie w formie tekstowej w wybranym miejscu. Nie tworzymy osobnych znaków promocyjnych dla projektów miejskich.

3.

**Zasady stosowania
znaku promocyjnego
przez jednostki
organizacyjne i osoby
prawne m.st. Warszawy**

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA DLA JEDNOSTEK ORGANIZACYJNYCH I OSÓB PRAWNYCH

Jednostki organizacyjne i osoby prawne w działaniach informacyjnych i promocyjnych powinny posługiwać się znakiem promocyjnym m.st. Warszawy z nazwą instytucji (patrz przykłady poniżej).

Zalecamy tę formę dla utrzymania spójności wizualnej i komunikacyjnej m.st. Warszawy.



Park Kultury
w Powsinie



Zarząd
Transportu
Miejskiego



Stołeczny Zarząd
Rozbudowy
Miasta

ZNAK PROMOCYJNY M.ST. WARSZAWY – WERSJA
DLA JEDNOSTEK ORGANIZACYJNYCH I OSÓB PRAWNYCH
Warianty kolorystyczne



W działaniach informacyjnych i promocyjnych można stosować wszystkie warianty kolorystyczne znaku w wersji dla jednostek organizacyjnych i osób prawnych, zgodnie z zasadami opisanymi w części dotyczącej znaku.



MATERIAŁY INFORMACYJNE I PROMOCYJNE JEDNOSTEK ORGANIZACYJNYCH I OSÓB PRAWNYCH

Plakat – przykłady i zasady oznaczania znakiem promocyjnym m.st. Warszawy



Jednostki organizacyjne i osoby prawne, które posługują się znakiem promocyjnym m.st. Warszawy, powinny umieszczać go w lewym dolnym rogu plakatu.

W tej sytuacji zalecamy kolorystykę i typografię m.st. Warszawy (patrz str. 25 i 31).

Rekomendujemy nowoczesną i prostą formę plakatu. Układ treści oraz elementów graficznych może opierać się na zaprezentowanych przykładach.

Plakat może zawierać grafikę, zdjęcie lub ilustrację dobraną do potrzeb projektu. Można ją wpisać w tarczę herbową, która jest zalecanym elementem plakatu, nadającym unikalny charakter projektom miejskim.

Informację o nazwie projektu należy zawrzeć na plakacie w formie tekstowej w wybranym miejscu. Nie tworzymy osobnych znaków promocyjnych dla projektów miejskich.

W przypadku projektów długofalowych ważna jest konsekwencja oraz spójność wizualna wszystkich materiałów informacyjnych i promocyjnych, które ich dotyczą.

WERSJA ZNAKU Z OPISEM RODZAJU JEDNOSTEK
ORGANIZACYJNYCH I OSÓB PRAWNYCH POSŁUGUJĄCYCH
SIĘ WŁASNĄ MARKĄ



Jednostki, które posługują się własną marką (logotypem spoza systemu identyfikacji wizualnej m.st. Warszawy), w działaniach informacyjnych i promocyjnych powinny posługiwać się dodatkowo znakiem promocyjnym m.st. Warszawy z opisem rodzaju swojej działalności (przykłady poniżej). Forma ta jest uzasadniona szczególnie wtedy, kiedy jednostka posiada konkurencyjną ofertę, którą kieruje bezpośrednio do określonych grup odbiorców. Przykłady: spektakl teatralny, oferta domu kultury, ośrodka sportowego czy zakładu opieki zdrowotnej.



WERSJA ZNAKU Z OPISEM RODZAJU JEDNOSTEK
ORGANIZACYJNYCH I OSÓB PRAWNYCH POSŁUGUJĄCYCH
SIĘ WŁASNĄ MARKĄ

Warianty kolorystyczne



spółka miasta
stołecznego
Warszawy



instytucja kultury
miasta stołecznego
Warszawy



spółka miasta
stołecznego
Warszawy



instytucja kultury
miasta stołecznego
Warszawy

W działaniach informacyjnych i promocyjnych można stosować wszystkie warianty kolorystyczne znaku z opisem rodzaju działalności jednostek organizacyjnych i osób prawnych, zgodnie z zasadami opisanymi w części dotyczącej znaku.



spółka miasta
stołecznego
Warszawy



instytucja kultury
miasta stołecznego
Warszawy



instytucja kultury
miasta stołecznego
Warszawy

MATERIAŁY INFORMACYJNE I PROMOCYJNE JEDNOSTEK ORGANIZACYJNYCH I OSÓB PRAWNYCH POSŁUGUJĄCYCH SIĘ WŁASNĄ MARKĄ

Plakat – przykład i zasady oznaczania dla jednostek stosujących identyfikację wizualną m.st. Warszawy



Jednostki organizacyjne i osoby prawne, które posługują się własnym logotypem oraz identyfikacją wizualną m.st. Warszawy, powinny umieszczać swój znak w prawym dolnym rogu plakatu. Znak promocyjny m.st. Warszawy z opisem rodzaju działalności należy wtedy wstawić w lewym dolnym rogu. Kolorystyka logotypu musi być dopasowana do kolorystyki znaku promocyjnego m.st. Warszawy – np. znak monochromatyczny czarny obok znaku czarnego. Na białym tle obok znaku promocyjnego kolorowego może występować logotyp jednostki w kolorze.

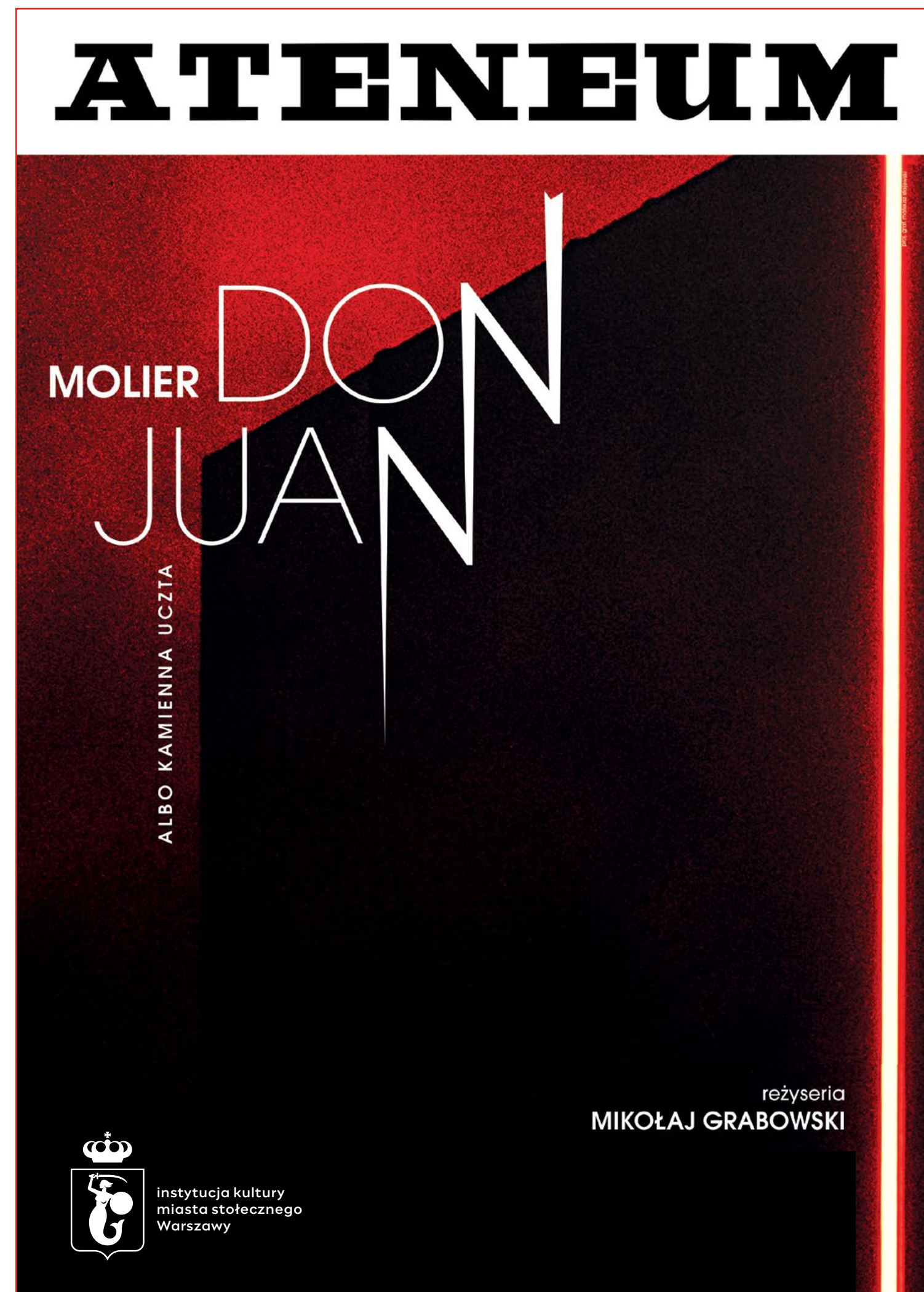
W tej sytuacji zalecamy kolorystykę i typografię m.st. Warszawy (patrz str. 25 i 31). Rekomendujemy nowoczesną i prostą formę plakatu. Układ treści oraz elementów graficznych może opierać się na zaprezentowanym przykładzie. Położenie znaków na plakacie określają prowadnice wyznaczone przez tarczę.

Plakat może zawierać grafikę, zdjęcie lub ilustrację dobraną do potrzeb projektu. Można ją wpisać w tarczę herbową, która jest zalecanym elementem plakatu, nadającym unikalny charakter projektom miejskim.

Informację o nazwie projektu należy zawrzeć na plakacie w formie tekstowej w wybranym miejscu. Nie tworzymy osobnych znaków promocyjnych dla projektów miejskich.

W przypadku projektów długofalowych ważna jest konsekwencja oraz spójność wizualna wszystkich materiałów informacyjnych i promocyjnych, które ich dotyczą.

MATERIAŁY INFORMACYJNE I PROMOCYJNE JEDNOSTEK ORGANIZACYJNYCH
I OSÓB PRAWNYCH POSŁUGUJĄCYCH SIĘ WŁASNĄ MARKĄ
Plakat – przykłady i zasady oznaczania dla jednostek posługujących się własną identyfikacją wizualną



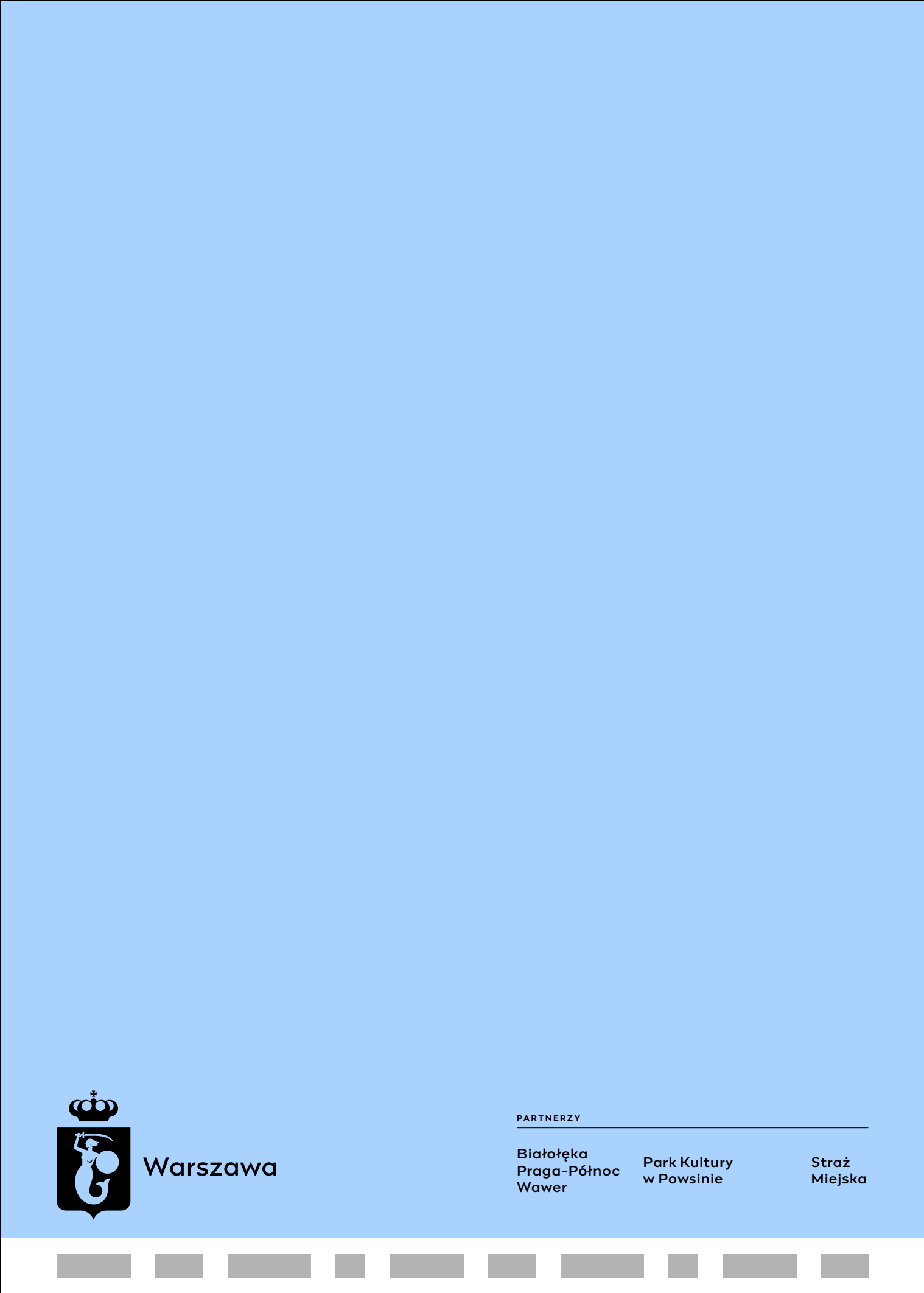
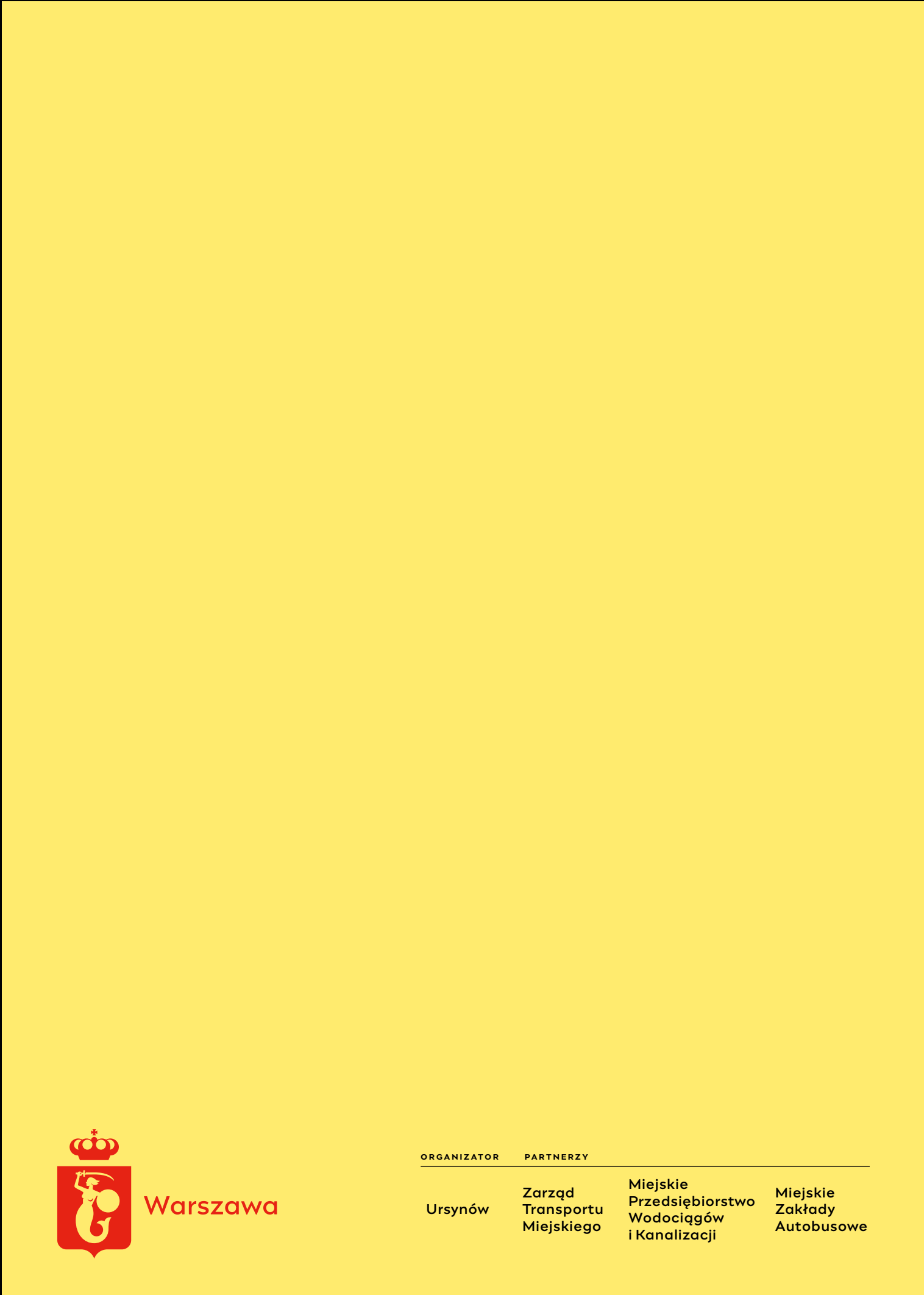
Jednostki organizacyjne i osoby prawne, które posługują się własną identyfikacją wizualną, powinny umieszczać znak promocyjny m.st. Warszawy z opisem rodzaju swojej działalności w lewym dolnym rogu plakatu. Zasady dotyczące kolorystyki znaku opisane są na str. 49.

Wysokość znaku z opisem rodzaju działalności nie powinna być mniejsza niż wysokość znaku jednostki organizacyjnej lub osoby prawnej. Wysokości znaków powinny być mierzone bez pola ochronnego.

4.

**Oznaczanie
m.st. Warszawy
we wspólnych
projektach miejskich**

MATERIAŁY INFORMACYJNE I PROMOCYJNE M.ST. WARSZAWY
Plakat – przykłady i zasady oznaczania znakami kilku podmiotów jednocześnie



W przypadku projektów, które współtworzy kilka podmiotów m.st. Warszawy, materiały informacyjne i promocyjne należy oznaczać znakiem promocyjnym w wersji podstawowej, umieszczając go w lewym dolnym rogu plakatu.

Zaangażowane w projekt podmioty m.st. Warszawy należy umieścić po prawej stronie od znaku. Role uczestników należy opisać nad poziomą kreską (np. Organizator, Partnerzy), a nazwy uczestników wymienić pod spodem.

Jeśli projekt współorganizuje więcej niż jeden urząd dzielnicy, należy wymienić nazwy dzielnic (np. Białołęka, Praga-Północ, Wawer) pod właściwymi opisami ról.

Znaki promocyjne pozostałych uczestników, w tym jednostek organizacyjnych i osób prawnych m.st. Warszawy, które posługują się własnym logotypem, powinny znaleźć się na pasku na dole plakatu, poniżej oznaczeń miejskich.

Plakaty należy tworzyć zgodnie z zasadami opisanymi na str. 36.

5.

**Oznaczanie
m.st. Warszawy
w projektach
zewnętrznych,
patronaty honorowe**

OZNACZANIE PROJEKTÓW ZEWNĘTRZNYCH PRZEZ BIURA I URZĘDY DZIELNIC (WSPÓŁORGANIZACJA, PARTNERSTWO, FINANSOWANIE)

Wersja znaku do stosowania w sytuacji, gdy rola miasta jest opisana w projekcie



W przypadku projektów zewnętrznych należy informować o roli miasta w projekcie.

Jeżeli w projekcie graficznym są opisy ról poszczególnych podmiotów (np. Współorganizatorzy, Partnerzy, Finansujący), należy stosować znak promocyjny m.st. Warszawy w wersji podstawowej, zgodnie z zasadami opisanymi w części dotyczącej znaku.

W przypadku dzielnic należy stosować znak promocyjny w wersji dla urzędów dzielnic (patrz str. 39).

OZNACZANIE PROJEKTÓW ZEWNĘTRZNYCH WSPÓŁORGANIZOWANYCH PRZEZ BIURA LUB URZĘDY DZIELNIC

Wersja znaku do stosowania w sytuacji, gdy rola miasta nie jest opisana w projekcie



W przypadku projektów
zewnątrznych należy informować
o roli miasta w projekcie.

Jeżeli w projekcie graficznym
nie ma opisów ról
poszczególnych podmiotów
(np. Współorganizatorzy,
Partnerzy), należy użyć znaku
promocyjnego z opisem roli
m.st. Warszawy jako
współorganizatora.

Znak należy stosować zgodnie
z zasadami opisanymi na str. 13
oraz z wytycznymi dotyczącymi
pola ochronnego oraz wielkości
minimalnej (patrz str. 21–24).

OZNACZANIE ZEWNĘTRZNYCH PROJEKTÓW PARTNERSKICH PRZEZ BIURA LUB URZĘDY DZIELNIC

Wersje znaku do stosowania w sytuacji, gdy rola miasta nie jest opisana w projekcie



projekt wspiera
miasto stołeczne
Warszawa



projekt wspiera
dzielnica
Wola



partner projektu
miasto stołeczne
Warszawa



partner projektu
dzielnica
Praga-Północ

W przypadku projektów
zewnątrznych należy informować
o roli miasta w projekcie.

Jeżeli w projekcie graficznym
nie ma opisów ról
poszczególnych podmiotów
(np. Współorganizatorzy,
Partnerzy), należy użyć znaku
promocyjnego z opisem roli
m.st. Warszawy jako partnera
lub wspierającego.

Znak należy stosować zgodnie
z zasadami opisanymi na str. 13
oraz z wytycznymi dotyczącymi
pola ochronnego oraz wielkości
minimalnej (patrz str. 21-24).

OZNACZANIE PROJEKTÓW ZEWNĘTRZNYCH FINANSOWANYCH LUB WSPÓŁFINANSOWANYCH PRZEZ BIURA LUB URZĘDY DZIELNIC

Wersje znaku do stosowania w sytuacji, gdy rola miasta nie jest opisana w projekcie lub gdy projekt realizuje organizacja pozarządowa



projekt finansuje
miasto stołeczne
Warszawa



projekt finansuje
dzielnica
Praga-Południe



projekt współfinansuje
miasto stołeczne
Warszawa



projekt
współfinansuje
dzielnica
Śródmieście

W przypadku projektów zewnętrznych należy informować o roli miasta w projekcie.

Znak promocyjny z opisem roli m.st. Warszawy jako finansującego lub współfinansującego powinien być stosowany, jeżeli w projekcie graficznym nie ma opisów ról poszczególnych podmiotów (np. Współorganizatorzy, Finansujący). Znak tego należy także użyć w ramach realizacji umów dotacyjnych przez organizacje pozarządowe. Dotyczy to również podmiotów wymienionych w art. 3. ust. 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

Znak należy stosować zgodnie z zasadami opisanymi na str. 13 oraz z wytycznymi dotyczącymi pola ochronnego oraz wielkości minimalnej (patrz str. 21–24).

OZNACZANIE PROJEKTÓW ZEWNĘTRZNYCH PRZEZ JEDNOSTKI ORGANIZACYJNE I OSOBY PRAWNE



Park Kultury
w Powsinie



Stołeczny Zarząd
Rozbudowy
Miasta

W przypadku projektów zewnętrznych należy informować o roli miasta w projekcie.

Jednostki organizacyjne i osoby prawne, które posługują się znakiem promocyjnym m.st. Warszawy (więcej str. 45), w sytuacji kiedy są współorganizatorem, partnerem lub finansującym, stosują znak promocyjny m.st. Warszawy z nazwą instytucji (przykłady obok).

Jednostki, które posługują się własną marką (więcej str. 48), umieszczają swój logotyp.

OZNACZANIE PATRONATÓW HONOROWYCH

Wersje znaków patronackich



Prezydent
miasta stołecznego
Warszawy



Burmistrz
dzielnicy
Ursynów



patronat honorowy
Prezydenta miasta
stołecznego
Warszawy



patronat honorowy
Burmistrza dzielnicy
Wawer

W przypadku objęcia inicjatywy lub wydarzenia patronatem honorowym Prezydenta m.st. Warszawy/ Burmistrza dzielnicy, w materiale informacyjnym lub promocyjnym należy zamieścić odpowiedni znak.

Jeżeli w materiale znajduje się kategoria „Patronaty honorowe”, należy stosować wersję znaku patronackiego z nazwą stanowiska. Jeżeli materiał nie zawiera opisów ról poszczególnych uczestników lub Prezydent m.st. Warszawy/ Burmistrz dzielnicy jest jedynym patronem wydarzenia – trzeba wybrać wersję znaku patronackiego z opisem roli.

Dla znaków obowiązują zasady opisane na str. 13. Znaki muszą być stosowane zgodnie z wytycznymi dotyczącymi pola ochronnego oraz wielkości minimalnej (patrz str. 21–24).

Prezydent m.st. Warszawy nigdy nie sprawuje patronatu nad wydarzeniami i inicjatywami organizowanymi lub finansowanymi przez biura, urzędy dzielnic lub jednostki organizacyjne i osoby prawne m.st. Warszawy. Jest ich organizatorem, dlatego wówczas, zamiast znaku patronatu, stosujemy zapis słowny „Prezydent m.st. Warszawy zaprasza na ...”.

Analogiczna sytuacja występuje w przypadku patronatu Burmistrza dzielnicy m.st. Warszawy. Burmistrz nie obejmuje patronatem wydarzeń i inicjatyw organizowanych lub finansowanych przez urząd dzielnicy. W takich sytuacjach stosujemy zapis słowny „Burmistrz dzielnicy (nazwa dzielnicy) zaprasza na ...”.

ZEWNĘTRZNE MATERIAŁY INFORMACYJNE I PROMOCYJNE

Plakaty opracowane przez podmioty zewnętrzne – przykłady i zasady oznaczania znakami m.st. Warszawy

W przypadku projektów zewnętrznych, w które zaangażowane są podmioty m.st. Warszawy, należy użyć odpowiedniego znaku promocyjnego, w zależności od roli miasta w projekcie.

Znak musi być stosowany zgodnie z zasadami opisanymi w Księdze (np. wariant kolorystyczny, wielkość minimalna, pole ochronne).

Jeśli kilka podmiotów posługujących się znakiem promocyjnym m.st. Warszawy występuje w tej samej roli, wysokość znaków na plakacie powinna być taka sama.



HONOROWE PATRONATY



PARTNERZY



WSPÓŁFINANSUJĄCY



6.

**Oznaczanie
m.st. Warszawy
w projektach
współfinansowanych
przez Unię Europejską**

OZNACZANIE PROJEKTÓW WSPÓŁFINANSOWANYCH PRZEZ UNIĘ EUROPEJSKĄ



W oznakowaniu projektów współfinansowanych przez Unię Europejską należy stosować znak promocyjny m.st. Warszawy w wersji podstawowej, z zachowaniem zasad opisanych w pierwszej części Księgi (np. wariant kolorystyczny, wielkość minimalna, pole ochronne). Jednocześnie należy uwzględniać wytyczne Unii Europejskiej dotyczące oznaczania projektów.



7.

**Oznaczanie
m.st. Warszawy
na materiałach
promocyjnych**

OZNACZANIE M.ST. WARSZAWY NA MATERIAŁACH PROMOCYJNYCH

Przykład i zasady oznaczania znakiem promocyjnym



Biura, urzędy dzielnic, jednostki organizacyjne i osoby prawne, które posługują się znakiem promocyjnym m.st. Warszawy, powinny oznaczać materiały promocyjne (gadżety) swoją wersją znaku, zgodnie z zasadami opisanymi w pierwszej części Księgi (np. wariant kolorystyczny, wielkość minimalna, pole ochronne). Powinny również tworzyć je w oparciu o kolorystykę i typografię m.st. Warszawy (patrz str. 25 i 31).

W wyjątkowych przypadkach dopuszczamy użycie symbolu herbowego. Przykładem może być sytuacja, kiedy znak promocyjny był już zastosowany w ramach danego materiału (przykład obok). Każde wykorzystanie symbolu herbowego na materiale promocyjnym wymaga akceptacji biura Urzędu m.st. Warszawy właściwego ds. marketingu miasta.



Warszawa